

# Índice

PRÓLOGO de José Antonio Llorente .....	11
INTRODUCCIÓN .....	15
Capítulo 1. ¿POR QUÉ HEMOS LLEGADO HASTA AQUÍ? .....	19
Capítulo 2. EL <i>PODCAST</i> : CUANDO COMUNICAR SIGNIFICA CONVERSAR.....	29
2.1. La necesidad de definir un formato con futuro .....	31
2.2. Características y breve tipología .....	35
Capítulo 3. EL MUNDO ESTÁ ESCUCHANDO .....	41
3.1. Spotify y Apple: duelo de titanes en una sociedad pla- taformizada.....	44
3.2. ¿Cuándo decide apostar Spotify por los <i>podcasts</i> ?.....	50
Capítulo 4. LA ERA DE LA AUDIFICACIÓN: <i>SMARTPHONES</i> , ALTAVOCES Y RELOJES INTELIGENTES .....	65
4.1. Los <i>podcasts</i> en un mundo hiperconectado tras el co- ronavirus.....	75
4.2. Todos los escenarios que crea la interacción por voz.....	79
Capítulo 5. HACIA LA CONSOLIDACIÓN DE LA INDUSTRIA DEL <i>PODCAST</i> ....	93
5.1. ¿Por qué aumenta también el interés de los periódicos por el audio?.....	101
5.2. Principales retos y modelos de negocio para un formato en crecimiento.....	106

Capítulo 6. PRÉSTAME TU OÍDO .....	115
6.1. Lo que el <i>podcast</i> aporta a tu marca con un buen plan de acción.....	118
6.2. Las 5D para construir un <i>branded podcast</i> .....	127
6.2.1. Definir la propuesta de valor.....	128
6.2.2. Detectar el mercado y el destinatario.....	134
6.2.3. Diseñar la estructura.....	139
6.2.4. Determinar los objetivos.....	145
6.2.5. Delimitar la duración y la distribución.....	149
Capítulo 7. LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL O CÓMO LAS MARCAS COBRAN VIDA .....	161
BIBLIOGRAFÍA .....	169